



UNC
CONSUMATORI.IT

Bistecca di soia: un nome, una contraddizione

05 Aprile 2016

Viviamo costantemente il fenomeno della commercializzazione di beni che si richiamano in modo improprio a prodotti universalmente conosciuti come sinonimo di qualità, genuinità e provenienza localizzata. Pensiamo alle famose mozzarelle, al parmigiano, ai pomodori, al prosciutto e all'aceto. In questo scenario – su cui le associazioni dei consumatori sono costantemente allertate – si inserisce **ora un fenomeno nuovo**, che per dimensione del pubblico potenzialmente coinvolto presenta diversi profili di possibile pericolosità. Ci riferiamo alla dilagante commercializzazione di prodotti vegetali o per vegani che si presentano assumendo arbitrariamente la definizione commerciale che agli occhi del consumatore richiama prodotti di natura diversa.

Salame vegano, bistecche di tofu, scaloppine, cotolette e spezzatini di soia, hamburger vegetali: i prodotti di origine vegetale che richiamano alla mente quelli carnei ormai non si contano più e le nuove frontiere del marketing sembrano non avere un limite ben preciso. Almeno fino a quando si sfocia nelle informazioni scorrette o addirittura nella pubblicità ingannevole.

Il tema è questo: è giusto far credere ai consumatori di acquistare un prodotto con determinate caratteristiche (nutrizionali e non solo), quando non è affatto così?'

Se si considerano gli aspetti nutrizionali di un alimento, potrebbe risultare ingannevole e **fuorviante** presentare un prodotto vegetale come fosse un alimento di origine animale, con caratteristiche nutrizionali, metodi di produzione e provenienza localizzata completamente diverse. Ad esempio, un prodotto **che imita la carne**, ma che è composto di proteine e fibre vegetali, **non ha sicuramente le stesse componenti nutrizionali**: quindi un nome che evochi un prodotto con un profilo nutrizionale diverso rischia appunto di essere evidentemente ingannevole per il consumatore. D'altronde, considerazioni equivalenti in Europa sono già state fatte da oltre 30 anni sul latte: la denominazione "latte" è riservata esclusivamente al prodotto della secrezione mammaria normale, ottenuto mediante una o più mungiture. **Ecco perché non esiste più nessuna etichetta "latte di soia"**.

La battaglia per **una corretta informazione dei consumatori** sulla composizione dei prodotti alimentari non conosce sosta. Correttamente, tanto il legislatore quanto le associazioni dei consumatori sono in prima linea perché non siano posti in commercio prodotti che possano indurre in errore i potenziali consumatori sulla loro natura e composizione. Questo vale soprattutto per quei prodotti che assumono appunto una dicitura in sé **potenzialmente ingannevole** o tale da indurre in errore i destinatari attraverso assonanze o riferimenti a ben precise tipologie di prodotti.

Il problema che riscontriamo in questa pratica commerciale è di prospettare al consumatore un prodotto con caratteristiche non veritiere. Ad esempio **"bistecca di soia"** non è una bistecca nel senso consolidato del

termine (e della tipologia merceologica di prodotto), ma sfrutta parassitariamente il vissuto positivo che questa ha costruito negli anni e di cui gode presso i potenziali consumatori finali.

La buona reputazione nel mondo di molti prodotti a base di **carne** e degli **insaccati**, infatti, è legata a metodi di produzione, tradizioni e fenomeni culturali secolari che non ci pare giusto dovere sacrificare in nome del marketing e del profitto di prodotti alimentari che si sono solo di recente affacciati sul mercato. Prodotti che, tra l'altro, fanno la loro fortuna anche sui continui attacchi mediatici al settore zootecnico o caseario.

Per una corretta e trasparente informazione verso i consumatori, crediamo si debba affrontare il problema e quindi avanzare delle richieste di regolamentazione **affinché venga inibita la possibilità di utilizzare, per prodotti che non sono a base di carne o insaccati, espressioni identificative ingannevoli**. Certamente hamburger o scaloppina, spezzatino o salame sono termini anche descrittivi, ma hanno senso e valore se riferiti a prodotti a base di carne, mentre possono indurre in errore i consumatori se riferiti a prodotti di origine vegetale o vegana.

Anzi, con riferimento proprio a quest'ultima categoria, si tratta di una palese contraddizione in termini.

Autore: Agostino Macrì

Data: 6 aprile 2016